

## TRADISIONALISME “TERSAPA” HEDONISME: Kehidupan Sosialita Perempuan di Pedesaan Madura

Hoiril Sabariman

Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia

*hoirilsabariman@student.ub.ac.id*

### ABSTRACT

*Women in rural areas are racing to live the lives of socialites and how social life means for the woman itself. The phenomenological approach to qualitative methods is used to understand the phenomenon. Data shows the cause of rural women to follow society life is a form of self-actualization to be regarded as a top-class in society. The awards (prestige) in each activity have ordained free time, shopping and several other activities. The socialite life for some women in the village of Tirta has two meanings. First, reflect the woman's self-identity. Second, the symbolic interaction of female socialites. The contribution of this article is to explain more about the phenomenon of Socialite life not only occurs in large cities because of the ease of access but in rural areas have also begun to emerge the phenomenon of Socialite life.*

**Keywords:** *Hedonism; Rural Women; Socialities*

### ABSTRAK

Perempuan di daerah pedesaan berlomba untuk menjalani kehidupan sosialita dan kehidupan sosial sangatlah berarti bagi perempuan itu sendiri. Pendekatan fenomenologis dengan metode kualitatif digunakan untuk memahami fenomena tersebut. Data menunjukkan penyebab perempuan pedesaan mengikuti kehidupan sosialita adalah bentuk aktualisasi diri agar dianggap sebagai masyarakat kelas atas. Penghargaan (*Prestise*) dilihat dari setiap kegiatan menghabiskan waktu luang, belanja dan beberapa kegiatan lain. Kehidupan sosialita bagi sebagian perempuan di desa Tirta memiliki dua makna. *Pertama*, mencerminkan identitas diri perempuan tersebut. *Kedua*, interaksi simbolik perempuan sosialita. Kontribusi keilmuan artikel ini adalah, menjelaskan lebih lanjut tentang fenomena kehidupan sosialita tidak hanya terjadi di kota-kota besar karena mudahnya akses, tapi di pedesaan juga sudah mulai bermunculan fenomena kehidupan sosialita.

**Kata Kunci:** Hedonisme; Perempuan Pedesaan; Sosialita

### PENDAHULUAN

Dewasa ini dunia telah dilanda modernisasi dalam semua aspek kehidupan, mulai dari bidang ekonomi, politik dan budaya. Modernisasi terjadi akibat kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Gelombang pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi semakin meningkat dan tidak dapat ditahan lagi, sehingga masyarakat yang belum siap menerima

perubahan sekarang akan mengalami geger budaya atau ketertinggalan budaya (Sztompka, 2004: 122).

Masyarakat Indonesia saat ini sedang mengalami proses perubahan sosial dari masyarakat tradisional ke masyarakat modern. Salah satu ciri perubahan ini adalah kehidupan sosialita. Hal ini dapat dilihat dari penampilan gaya hidup di berbagai kehidupan sehari-hari, mulai dari gaya berpakaian, belanja, serta penggunaan simbol-simbol lainnya. Contohnya kehidupan sosialita artis Nia Ramadhani ketika berbelanja pakaian harus pergi ke Milan, membeli parfum ke Paris, hingga ia tidak dapat membedakan antara Bandung dan Amerika (Setia, 2019). Jika melihat realita yang ada saat ini, masyarakat Indonesia, khususnya perempuan, menunjukkan fenomena terus memamah paham konsumtif (Adnil, 2017).

Kehidupan sosialita di Indonesia identik dengan barang mewah, *glamour*, dan menggunakan barang-barang *branded*. Media sosial memiliki andil yang sangat kuat dalam mengkonstruksi wacana kehidupan sosialita (Andriani, 2011). Media sosial sering membahas kata sosialita, seperti tas yang harganya miliaran, parfum, hingga sepatu yang berharga ratusan juta sebagai sebuah acuan untuk disebut seorang sosialita. Selain itu, arisan barang mewah dan *ngerumpi* di kafe dan tempat-tempat mahal juga konstelasi dari makna sosialita.

Wabah sosialita telah merebak di seluruh lapisan masyarakat. Tak peduli di kota ataupun di desa, kalangan tua dan anak-anak muda, masyarakat kelas atas bahkan masyarakat kelas menengah ke bawah, hampir semuanya larut dalam gaya hidup ini. Media sosial membentuk komunitas hiburan bahkan sampai memobilisasi perempuan dalam memilih berbagai kebutuhan hidup sosialita (Kurniawan, 2019).

Perkembangan literatur yang membahas tentang fenomena sosialita dalam masyarakat di Indonesia setidaknya dijelaskan oleh beberapa penulis, seperti Fadila (2017), Husna, (2018), Hapsari (2017), dan Prinanda (2018). Fadila (2017) menjelaskan interaksi sosial pada kalangan sosialita terjadi di dalam komunitas arisan satu kali sebulan, berkumpul atau bersantai dan berdiskusi lewat media sosial. Selain itu, interaksi yang terjadi pada masyarakat di luar komunitas seperti, melakukan baksos (bakti sosial) dengan cara mendatangi panti asuhan, rumah sakit dan membuat mukena kemudian disumbangkan di masjid. Husna (2018) menjelaskan akibat dari kebutuhan sehari-hari semakin meningkat, timbul perilaku konsumtif yang berlebihan. *Fashion* seseorang mampu menentukan pada karakteristik, tidak hanya

menunjukkan pada status sosial. Hasil dari penelitian ini adalah para muslimah menggunakan gaya hidup untuk bersosialisasi pada lingkungan dan digunakan untuk berbisnis. *Simple* namun tetap terlihat *elegant* adalah ekspresi dari gaya hidup muslimah urban pada Majelis Ta'lim Qurrota A'yun. Hal ini membuat sebuah komunitas tersendiri dari kelompok Majelis Ta'lim Qurrota A'yun.

Hapsari (2017) juga menjelaskan tentang fenomena sosialita dan makna kehidupan sosialita bagi kelompok mereka. Sebagian besar mengelola kesan sebagai kaum sosialita yang terkesan *glamor* dengan motif agar diterima oleh kelompok mereka. Kehidupan kelompok perempuan sosialita mempunyai aktifitas sendiri, mulai dari gaya berbusana, pilihan konsumsi barang-barang bermerek merupakan suatu pembeda dengan perempuan di luar komunitas. Kegiatan ini cenderung menjadi gaya hidup (Indrawati, 2015). Penggunaan barang-barang mewah tersebut terlihat dari penampilannya sehari-hari ketika sedang memainkan perannya di hadapan sosialita yang lain atau kalangan elit yang lain. Kebanyakan dari mereka menggunakan barang-barang bermerek luar negeri dengan harga yang fantastis. Tidak hanya dari penampilannya saja, namun gaya hidupnya pun memerlukan biaya yang tidak sedikit. Penjelasan berbeda dipaparkan oleh Fadila (2017) tentang makna sosialita berdasarkan pemahaman di dalam kelompok. Pemahaman sosialita Kota Makassar mengenai gaya hidup modern, sosialita memiliki gaya hidup modern yang mengarah kepada eksistensi diri dan sebagai hiburan saja. Bentuk upaya eksistensi diri para sosialita dapat dilihat dari berbagai cara seperti mendatangi tempat-tempat yang dianggap populer, mall, restoran serta kafe, dijadikan tempat berkumpul. Selain itu, penggunaan barang-barang bermerek juga sengaja dipilih untuk menunjang penampilan sosialita. Penggunaan barang-barang bermerek merupakan bentuk pembuktian status dan salah satu bentuk kepuasan diri atas pencapaian karir yang telah dimiliki. Hal tersebut sudah bersifat umum dan biasa dilakukan untuk mereka yang mempunyai kekayaan yang lebih seperti kaum sosialita.

Kehidupan sosialita tidak hanya dengan menghabiskan waktu luang dengan liburan atau belanja. Wati (2015) menjelaskan tentang kelompok arisan sosialita dalam melakukan praktik sosial di arisan sesuai dengan modal yang anggota miliki. Dalam arisan sosialita, terdapat dua modal yang dipertaruhkan yaitu modal simbolik dan modal budaya. Posisi perempuan dalam arisan sosialita ditentukan oleh pemegang modal terbanyak dari pada anggota yang lain.

Namun, menurut Prinanda (2018) gaya hidup sosialita dalam bentuk *hedonisme* tidak selalu berdampak negatif. Misalnya dalam proses kesenangan/hobi membeli tas, jam tangan mewah, dapat dijadikan investasi yang dapat menguntungkan.

Fenomena kehidupan sosialita tidak hanya tumbuh berkembang dalam kehidupan di daerah perkotaan yang sebagian besar dilakukan oleh selebritis, artis dan istri para pejabat. Tetapi perempuan desa yang sudah mendapatkan akses internet, maka sebagai modal untuk membeli barang yang dibutuhkan dapat mengikuti perubahan yang sudah berjalan di kota. Kehidupan sosialita seperti demikian juga terjadi pada perempuan di Desa Tirto Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan. Seperti contoh, perempuan desa Tirto lebih memilih berbelanja ke Surabaya dari pada minimarket atau supermarket yang ada di kota Pamekasan. Perempuan di desa Tirto menganggap Surabaya adalah kota besar yang memiliki sarana dan prasarana yang lengkap, banyak pilihan model yang dapat disesuaikan dengan selera yang diinginkan, serta ada perasaan bangga dan prestise yang didapat dengan berbelanja di Surabaya. Dengan berbelanja ke Surabaya, maka status dan gengsi mereka menjadi semakin meningkat. Selain dari cara berbelanja, gaya hidup mewah para perempuan tersebut dapat dilihat dari bentuk dan tatanan rumah yang artistik dan modern sehingga ciri gaya hidup mereka terlihat jelas. Berbeda jika dibandingkan dengan model dan tatanan rumah yang ada di sekitarnya. Kemudian kepemilikan kendaraan mulai dari motor yang keluaran baru sampai mobil mewah keluaran terbaru saat ini. Beberapa perempuan juga mengadakan arisan khusus yang diadakan secara bergiliran, hal ini untuk menunjukkan prestisius dalam masyarakat. Perempuan mempunyai gaya hidup yang berbeda dengan sebagian besar perempuan lain serta masyarakat sekitarnya. Bahkan para perempuan sosialita menampilkan gaya hidup modern yang mewah dan cenderung memamerkan identitas dirinya. Dengan pakaian yang khas, mobil, rumah yang bagus dengan artistik yang khas dan menarik, serta tidak jarang menggunakan simbol-simbol kelas atas untuk menunjukkan identitas dirinya. Hasil penelitian ini menjelaskan faktor-faktor perempuan menjadi sosialita serta makna kehidupan sosialita perempuan di desa Tirto kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan.

## **METODE**

Penelitian tentang kehidupan sosialita perempuan di desa Tirto kecamatan Galis ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, untuk menjelaskan bagaimana tentang keseharian dan dunia intersubjektif (dunia kehidupan) mereka. Data yang digunakan, yaitu data primer, diperoleh dari hasil wawancara mendalam dan observasi pada kehidupan sosialita perempuan di desa Tirto kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan. Tiga perempuan, yaitu ibu Lia, ibu Ika, ibu Ka, sebagai informan penelitian ini ditentukan berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu (*Purposive Sampling*) (Creswell, 2009).

Wawancara terhadap ketiga informan penelitian dilakukan dengan menggunakan panduan wawancara yang dibuat sebelumnya. Hasil wawancara yang telah diperoleh kemudian disusun untuk dilanjutkan pada proses analisis data. Setelah data terkumpul, baik data primer dan data sekunder, langkah berikutnya adalah analisis data. Metode analisis data yang digunakan adalah model interaktif Miles dan Huberman (Miles, Huberman dan Saldana, 2014). Metode analisis ini dimulai dengan mengumpulkan data di lokasi penelitian, baik observasi atau wawancara. Kemudian mereduksi, menyajikan data yang telah terkumpul dan menarik kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Perempuan Sosialita di Desa Tirto**

Hasil observasi menggambarkan fenomena perempuan sosialita di desa Tirto menunjukkan gaya hidup mewah, lebih terbuka dalam menerima perubahan terutama arus informasi seperti sosial media. Menurut informan, beberapa perubahan pada sebagian perempuan di desa Tirto seperti: bentuk pakaian dengan berbagai model, cara makan, perumahan yang cenderung modern, berbelanja ke tempat elit dan sebagainya. Semua ini menggambarkan gaya hidup mewah dan hedonis.

Perempuan sosialita senang terhadap pola-pola baru dalam hidupnya serta berlomba satu sama lain supaya dipandang memiliki status dan gengsi dalam masyarakat. Mereka juga mendorong masyarakat yang lain untuk melakukan apa yang menjadi kebiasaan atau perilakunya, terutama pola konsumsi yang berhubungan dengan realitas gaya hidup.

Perempuan sosialita di desa Tirto mengikuti tren perubahan yang terjadi di kota-kota besar, seperti model yang digunakan para selebritis di televisi. Mereka lebih memilih berbelanja

ke Surabaya dari pada minimarket atau supermarket yang ada di kota Pamekasan. Mereka menganggap Surabaya adalah kota besar yang memiliki sarana dan prasarana yang lengkap, banyak pilihan model yang dapat disesuaikan dengan selera yang diinginkan, serta ada perasaan bangga dan prestise yang didapat dengan berbelanja di Surabaya. Menurut mereka berbelanja ke Surabaya dapat meningkatkan status dan gengsi.

Perempuan sosialita mempunyai gaya hidup yang sangat berbeda dengan perempuan yang lazim di masyarakat sekitar, bahkan para perempuan sosialita tersebut menampilkan gaya hidup modern yang mewah dan cenderung memamerkan identitas dirinya. Dengan pakaian khas, mobil, rumah yang bagus dengan artistik yang khas dan menarik, serta tidak jarang menggunakan simbol-simbol kelas atas untuk menunjukkan identitas dirinya. Mereka juga mengadakan arisan khusus yang diadakan bergiliran, hal ini untuk menunjukkan prestisius dalam masyarakat.

### **Makna kehidupan sosialita bagi perempuan di desa Tirta**

Kehidupan sosialita bagi sebagian perempuan di desa Tirta memiliki beberapa makna. *Pertama*, makna dari kehidupan sosialita bagi perempuan berupa gaya hidup yang mencerminkan identitas diri perempuan tersebut ketika berinteraksi dengan liyan. Seperti contoh, Ibu Lia sering belanja ke Surabaya. Bagi Ibu Lia, berbelanja ke Surabaya menegaskan identitas diri sebagai kelas atas dalam masyarakat, dimana berbelanja ke Surabaya tidak dapat dilakukan oleh sebagian besar masyarakat di desa Ponteh. Makna yang tercermin pada gaya hidup tersebut menjadi sesuatu yang lazim pada kehidupan perempuan sosialita. Penegasan gaya hidup ini menjadi sesuatu yang dapat dilihat bagaimana ibu Lia menghabiskan waktu (aktivitas) dengan liburan, apa yang dipertimbangkan oleh ibu Lia ketika hendak berbelanja dan membeli barang yang akan dibeli (minat) dan apa yang menjadi pikiran tentang dirinya dan dunia sekitar dimana ibu Lia tinggal (opini publik). Bagi ibu Lia, gaya hidup ini digunakan agar masyarakat dapat menganggap sebagai bagian dari kelas sosial atas. Selain itu, orientasi modis, glamour, mengikuti gaya yang sedang lazim di televisi ataupun di sosial media sebagai pemaknaan identitas diri.

*Kedua*, interaksi simbolik perempuan sosialita. Pertukaran simbol atau komunikasi menjadi sesuatu yang khas. Seperti yang dilakukan ibu Ika, saat membeli barang-barang

ternama dengan kualitas impor. Misalnya tas, baju, jam tangan dan beberapa kebutuhan lain. Prilaku ibu Ika ini memungkinkan membentuk dan mengatur prilaku saat berinteraksi dengan masyarakat. Sehingga interaksi yang ada dalam masyarakat khususnya kehidupan perempuan sosialita menciptakan dunia simbol dan bagaimana simbol-simbol yang dikembangkan dapat membentuk prilaku masyarakat. Makna gaya hidup konsumerisme yang dikembangkan dalam bentuk simbol oleh perempuan sosialita ini tidak pernah lepas dari proses komunikasi. Sebab dari awal makna gaya hidup ini tidak bermakna dan biasa-biasa saja hingga pada akhirnya dikonstruksi secara masif oleh kelompok atau komunitas perempuan sosialita sendiri. Ukuran baku yang ada didasarkan pada kesepakatan bersama, misal; semakin mahal produk yang dibeli maka nilai kebanggaan (*prestise*) dalam diri dan kelompok semakin tinggi. Hal tersebut juga berlaku sebaliknya bagi perempuan sosialita yang membeli atau memakai barang.

Untuk itu, konsep *the leisure class* dari Thorstein Veblen (Deliarnov, 2010) dapat dijadikan sebagai pembanding untuk melihat kegiatan perempuan sosialita dalam memanfaatkan waktu luang. Seperti wisata, membeli barang-barang bermerek, meskipun terdapat barang yang sama dan lebih murah, arisan khusus. Menurut Veblen, waktu luang itu suatu kelas pemboros dengan mengeluarkan banyak uang hanya dalam mewujudkan keinginan untuk memenuhi waktu luang. Kelompok perempuan sosialita ini menggunakan waktu luang sebagai gaya hidup yang bertujuan untuk meningkatkan status sosial yang ada dalam masyarakat. Perempuan sosialita yang banyak menghabiskan waktu luang untuk liburan, *nongkorong* dengan sesama komunitasnya untuk menunjukkan eksistensi. Mengejar status sosial dengan sedikit untuk kebahagiaan mereka sendiri. Perempuan sosialita meniru para anggota untuk dapat lebih dihormati dalam komunitas, sehingga mendapatkan status yang lebih tinggi, sehingga dalam membeli barang lebih berorientasi pada pamer. Jadi, benda adalah untuk gengsi bukan fungsi (Deliarnov, 2010).

Gaya hidup konsumtif, sebagai pertanda (*sign*) dalam membeli suatu barang yang dilakukan oleh perempuan sosialita di desa Tirto dapat dilihat dari teori Baudrillard (Hidayat, 2012), dimana masyarakat saat ini dikelilingi oleh faktor konsumsi. Dalam pikiran mereka selalu muncul konsumsi tapi tidak pernah merasa puas akan hal yang telah didapat. Konsumsi tidak selalu berdasarkan nilai guna, tapi lebih pada penanda. Bagi Baudrillard, status kelas didasarkan

pada kemampuan dalam mengkonsumsi barang-barang, sehingga perempuan sosialita melakukan konsumsi secara masif untuk menandakan eksistensi diri dalam masyarakat sebagai kelas atas. Masyarakat hidup dalam kebudayaan baru, dimana ukuran yang baku dalam masyarakat adalah eksistensi diri yang ditawarkan diri mereka dari segi banyaknya tanda yang dikonsumsi dan ditawarkan dalam lingkungan masyarakat.

Semakin meningkatnya status sosial ekonomi, masyarakat memiliki kecenderungan untuk bersifat konsumtif. Kecenderungan ini banyak ditemui pada masyarakat desa yang telah mapan kedudukan sosial ekonominya. Berdasarkan pandangan struktural fungsional, misalnya setiap masyarakat tidak dapat menghindari diri dari adanya sistem pelapisan (Ritzer, 2009). Konsekuensi dari semuanya adalah timbulnya gaya hidup yang khas, gaya hidup yang harus sesuai dengan lapisan sosial yang tercipta dari status dan peran yang dimilikinya. Setiap lapisan pasti akan hidup dalam suatu gaya hidup tersendiri yang berbeda dari yang lainnya. Misalnya, gaya hidup mewah perempuan sosialita akan berbeda dengan lapisan masyarakat di bawahnya.

Gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin misalnya dalam kegiatan sehari-hari, minat, dan perilaku. Refleksi dari gaya hidup yang banyak dipengaruhi oleh institusi ekonomi yang semakin canggih dan kompleks. Misalnya saja, daftar kebutuhan hidup yang dahulu benar-benar pokok untuk bertahan dari hari ke hari seperti makanan, minuman, pakaian dan tempat tinggal, sekarang telah berubah dan mencakup hal-hal yang semata-mata berfungsi untuk menambah kenyamanan hidup. Pola konsumsi dan gaya hidup meliputi selera mengenai makanan, minuman, buku bacaan, surat kabar, majalah, mobil, hari libur dan sebagainya. Pola konsumsi dan gaya hidup tersebut berubah dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah yang kian mewah dan berlebih-lebihan (Simamora, 2004).

Beberapa perempuan mengikuti kehidupan sosialita yang mereka dapati dari televisi dan sosial media. Perkembangan sosial media yang begitu cepat seperti Facebook, Instagram, WA, Line, mengakibatkan semakin mendukung perempuan untuk menampilkan kehidupan sosialita. Perempuan sosialita di desa Tirta mengeluarkan banyak uang demi menghabiskan waktu luang. Seperti contoh ibu Lia, dalam menghabiskan akhir bulan biasanya mengambil liburan ke Batu, Malang jika berbelanja ke Surabaya. Hal ini dilakukan oleh ibu Lia karena gengsi. Saat berbicara dengan perempuan di desa, pergi liburan ke Batu dan berbelanja ke Surabaya dianggap memiliki *prestise* tersendiri. Padahal kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan pendukung juga



tersedia di kabupaten Pamekasan. Tempat liburan yang lebih dekat dengan rumah juga tersedia. Sehingga menurut Veblen menghabiskan waktu luang dianggap sebagai kelas pemboros yang akan memunculkan suatu konsumsi yang berlebihan (*high consumption*), sehingga pada akhirnya konsumsi berlebihan dengan pemakaian uang atau sumber daya yang lain dengan tujuan meningkatkan status sosial dalam masyarakat (Deliarnov, 2010).

Bagi perempuan sosialita di desa Tirta dengan pergi liburan ke Batu, dan berbelanja ke Surabaya, status sosialnya menjadi lebih tinggi. Dilihat dari status sosial perempuan sosialita dalam masyarakat bermacam-macam, ada yang memiliki ekonomi sudah mapan, tapi juga ada yang secara ekonomi masih termasuk dalam kelas ekonomi menengah ke bawah. Hal ini dilihat dari penghasilan berdasarkan profil desa. Dapat dilihat, jika pergi liburan ke Batu dan berbelanja ke Surabaya, selain menaikkan status sosial, juga lebih mengarah kepada kepuasan dan gengsi. Bagi perempuan sosialita di desa Tirta, berbelanja ke Surabaya dianggap sebagai kelas yang tinggi dalam masyarakat. Seperti yang dijelaskan oleh ibu Lia, berbelanja ke Surabaya itu gengsi, karena barang-barang yang tidak ada disini (kabupaten Pamekasan) di Surabaya lengkap. Kemudian merek-merek dan toko-toko terkenal terdapat disana. Mulai baju, parfum, dan beberapa perlengkapan rumah tangga. Perempuan sosialita mengejar status sosial dengan mengejar status dan gengsi, agar mereka dianggap mengikuti perkembangan zaman. Beberapa merk dan toko dianggap sebagai “kelas tinggi” daripada perempuan lain di desa Tirta yang tidak mampu melakukannya.

Gambaran kehidupan perempuan sosialita di desa Tirta dapat dilihat dari pernyataan Veblen bahwa mereka mengejar status sosial agar menjadi lebih tinggi dalam masyarakat. Apabila dibandingkan dengan teori masyarakat konsumerisme Baudrillard mengatakan bahwa siapapun yang berada dalam bagian kelompok sosial apapun, maka kelompok sosial ini, yaitu perempuan sosialita, dalam melakukan pemanfaatan waktu luang dianggap sebagai kelas sosial menengah ke atas. Walaupun berada pada kelompok sosial menengah ke atas, ini menunjukkan bahwa mereka sanggup mengikuti pola konsumsi dalam kehidupan konsumtif perempuan yang dianggap kelas atas dalam masyarakat (Hidayat, 2011). Konsumsi dikaitkan dengan gaya hidup, konsumsi yang mengejar kebanggaan diri (*prestise*) tidak karena fungsi dari masing-masing barang yang dikonsumsi.

Selain memanfaatkan waktu luang dengan liburan, berbelanja ke Surabaya, perempuan sosialita di desa Tirta juga menentukan pilihan gaya hidup mereka dengan penanda. Penanda ini selaras dengan selera konsumen kelas atas yang membedakannya dengan kelas atau kelompok lain. Seperti membeli handphone dengan merek-merek seperti Iphone, begitu juga dengan kendaraan, mode pakaian dan model rumah. Perempuan sosialita di desa Tirta sadar bahwa ada beberapa handphone dengan harga yang lebih murah dari Iphone seperti Samsung, Xiaomi, Oppo, dan beberapa merek lainnya. Penggunaan Iphone, sepeda motor N-Max atau motor keluaran terbaru oleh perempuan sosialita menimbulkan kesadaran bahwa ia berada di posisi sosial lebih tinggi dibandingkan dengan sekelompok perempuan yang ada di masyarakat.

Jika dikaitkan dengan Weber, seputar gaya hidup sosialita di pedesaan ini dapat berwujud pembatasan terhadap pergaulan. Kelompok perempuan sosialita di desa Tirta membedakan status mereka berdasarkan gaya hidup yang tercermin dalam cara menghabiskan waktu luang dengan liburan, budaya konsumerisme, gaya hidup hedonisme. Gaya berbusana misalnya, mempunyai model yang berbeda dengan sebagian besar masyarakat. Gaya hidup sosialita di desa mempunyai gaya hidup yang khas, misalnya tentang hiburan, tempat berwisata, pakaian, makanan, minuman dan pilihan tempat berbelanja. Sehingga menurut Weber, gaya hidup sosialita ini menandakan persamaan status (*prestise*) yang ditandai dengan gaya hidup hedonisme terhadap simbol dari gaya hidup. Simbol gaya hidup ini mengikuti perkembangan zaman, gaya baru, sensasi baru, dan model baru (Ritzer, 2009).

## SIMPULAN

Studi ini mengungkap bahwa kehidupan perempuan sosialita di desa Tirta kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan disebabkan oleh beberapa faktor. Perempuan pedesaan mengikuti kehidupan sosialita adalah bentuk aktualisasi diri agar dianggap sebagai kelas atas dalam masyarakat, untuk penghargaan (*prestise*) dalam setiap kegiatan menghabiskan waktu luang, berbelanja, dan beberapa kegiatan lain. Perempuan di desa Tirta menganggap Surabaya adalah kota besar yang memiliki sarana dan prasarana yang lengkap, banyak pilihan model pakaian dan perlengkapan yang dapat disesuaikan dengan selera yang diinginkan, serta ada perasaan bangga dan *prestise* yang didapat dengan berbelanja di Surabaya. Dengan berbelanja ke Surabaya, mereka merasa status dan gengsi mereka menjadi semakin meningkat. Selain dari

cara berbelanja, gaya hidup mewah para perempuan tersebut dapat dilihat dari bentuk dan tatanan rumah yang artistik dan modern sehingga ciri gaya hidup mereka terlihat jelas. Berbeda jika dibandingkan dengan model dan tatanan rumah yang ada di sekitarnya. Kepemilikan kendaraan mulai dari motor yang keluaran baru sampai mobil mewah keluaran terbaru saat ini. Beberapa perempuan juga mengadakan arisan khusus yang diadakan secara bergiliran, hal ini untuk menunjukkan prestisius dalam masyarakat. Perempuan sosialita desa Tirta ini mempunyai gaya hidup yang berbeda dengan sebagian besar perempuan lain serta masyarakat sekitarnya. Bahkan para perempuan sosialita menampilkan gaya hidup modern yang mewah dan cenderung memamerkan identitas dirinya. Dengan pakaian khas, mobil, rumah yang bagus dengan artistik yang khas dan menarik, serta tidak jarang menggunakan simbol-simbol kelas atas untuk menunjukkan identitas dirinya.

Kehidupan sosialita bagi sebagian perempuan di desa Tirta memiliki dua makna. *Pertama*, mencerminkan identitas diri perempuan tersebut. *Kedua*, interaksi simbolik perempuan sosialita. Artikel ini terbatas pada bahasan perempuan sosialita dan makna dari kehidupan sosialita bagi perempuan di pedesaan. Perlu penjelasan lagi bagaimana interaksi dari komunitas perempuan sosialita di pedesaan dan melihat jika disandingkan dengan kondisi sosial ekonomi masyarakat desa untuk menjalani kehidupan sosialita.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Andriani. (2011). Media Massa dan Kontruksi Gaya Hidup Perempuan. *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama dan Jender*. vol 10 no 2 hal 1-16.
- Arini, Ni Wayan. (2014). Kepemimpinan Lokal dan Kehidupan Sosial politik Perempuan di Dua Desa Bali Aga Kabupaten Buleleng. *Jurnal ilmu sosial dan humaniora*. Vol. 3 no. 2 hal 410-421.
- Adnil. (2017). “*Sosialita dan sebuah kesalahan berpikir*”. Diakses dari <https://www.kompasiana.com/adnilhm/58a6ddf2c1afbd003d508afc/sosialita-dan-sebuah-kesalahan-berpikir?page=all> pada Kamis 14 November 2019 Pukul 10.00 WIB.
- Creswell, John W. (2009). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Third Edition*. Singapura: SAGE Publications, Inc.
- Deliarnov. (2010). *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*. Edisi Ketiga. RajaGrafindo Persada: Depok.

- Fadila, Nurul. (2017). *Interaksi Simbolik pada Kalangan Sosialita (Studi Fenomenologi Mengenai Gaya Hidup Modern pada Kalangan Sosialita di Kota Makassar)*. Tesis. UIN Alauddin Makassar. Diakses dari <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/8364/>.
- Hapsari, Arintha Dyah (2017). *Simbol-Simbol Nonverbal Kaum Sosialita (Studi Kasus Penggunaan Simbol-Simbol Komunikasi Nonverbal dalam Membangun Kesan Kemewahan pada Kaum Sosialita Komunitas Pelepas Santai Sejenak di Kota Surakarta Tahun 2016)*. Tesis, Universitas Sebelas Maret. Diakses dari <https://eprints.uns.ac.id/31857/>.
- Hidayat, Medhy Aginta. (2011). *Simulacra+ Simulasi+ Hiperrealitas*, Yogyakarta: New Elmatara.
- Husna, Arfi Amalia. (2018). *Gaya hidup Muslimah Urban: studi kasus pada Majelis Ta'lim Qurrota A'yun. tesis, Uin Sunan Ampel Surabaya*. Diakses dari <http://digilib.uinsby.ac.id/28747/>.
- Indrawati, Devi. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Keputusan Pembelian Jilbab ZOYA. *Jurnal of Research in Economics and Management*. Vol 15 no. 2. 302-319.
- Kurniawan, Robi. Ayu Usada Rengkaningias. (2019). Kontruksi Keluarga Islami lewat #QOUTEMUSLIMAH di Media Sosial Instagram. *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama dan Jender*. Vol 18 no. 1. 16-38.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Pradhana, Tian Angga. (2019). Elf Presenting pada Media Sosial Instagram dalam Tinjauan Teori *Dramaturgi Erving Goffman*: Studi pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Tesis. UIN Sunan Ampel Surabaya. Diakses dari <http://digilib.uinsby.ac.id/35570/>.
- Prinanda, Devita. (2018). Pengaruh Kapitalisme pada Kelompok Sosialita: Menelaah Hedonistic Consumerism di Kalangan Hermes Lovers. *Jurnal Sosial Budaya*, vol 15 no 1. 38-42.
- Rahayu, Afina Septi. (2017). Kehidupan Sosial Ekonomi Single Mother dalam Ranah Domestik dan Publik. *Jurnal Analisa Sosiologi*. Vol 6 no. 1. 82-99.
- Ritzer, George. (2009). *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: CV. Prenada Media.
- Simamora, Bilson. (2004). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Setia, Erwin. (2019). "Nia Ramadhani Sebagai Duta Sosialita Indonesia" Diakses dari <https://mojok.co/terminal/nia-ramadhani-sebagai-duta-sosialita-indonesia/> Pada Kamis 14 November 2019 Pukul 10.00 WIB.
- Wati, Kartika Sunu. (2015). Modal dalam Praktik Sosial arisan Sosialita (Studi Fenomenologi terhadap dua kelompok Arisan Sosialita di Malang dan Jakarta. *Jurnal Idea Societa*, vol 2 no 5. 11-27.